

М.Видео: 27-дюймовые QHD-мониторы становятся новым массовым стандартом российского рынка

27 августа 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала рынок компьютерных мониторов в России по итогам первого полугодия 2026 года. За январь–июнь россияне приобрели около **1,4 млн мониторов на сумму 20,2 млрд рублей**. В натуральном выражении рынок сократился на **2,9%** год к году, тогда как в денежном — на **10,7%**. Одновременно заметно меняется структура спроса: покупатели все чаще выбирают доступные модели с диагональю 27 дюймов и разрешением QHD.

Категорийный менеджер направления «Мониторы» Степан Скуратов:

«Рынок мониторов сегодня хорошо отражает изменение потребительского поведения в электронике. Покупатели стали внимательнее относиться к бюджету, поэтому спрос заметно смещается в более доступные ценовые сегменты. При этом снижение среднего чека не означает отказа от более современных характеристик. Напротив, технологии становятся доступнее: конфигурации, которые еще несколько лет назад относились к более дорогим сегментам, сегодня постепенно переходят в массовый.

Хороший пример — 27-дюймовые мониторы, на которые приходится уже практически половина продаж, и QHD-модели, занимающие треть рынка. Ранее QHD использовалось преимущественно в профессиональных решениях и верхнем ценовом сегменте игровых мониторов, однако рост производительности современных ПК сделал это разрешение значительно более востребованным массовой аудиторией. Одновременно развивается и сама технология производства дисплеев: сегодня даже базовые модели предлагают характеристики, которые еще недавно встречались в более дорогих устройствах. В частности, частота обновления 144 Гц фактически становится новым базовым ориентиром, а в игровом сегменте все шире представлены модели с частотой 200 Гц и выше. В результате покупатель сегодня может получить более крупный экран, высокое разрешение и более высокую частоту обновления за сопоставимые или даже меньшие деньги, чем годом ранее».

За первое полугодие 2026 года в России было продано 1,40 млн мониторов против 1,44 млн устройств за аналогичный период прошлого года. Объем рынка в денежном выражении составил 20,2 млрд рублей против 22,3 млрд рублей годом ранее. Таким образом, при относительно небольшом снижении продаж в штуках денежный объем рынка сократился более чем на 10%.

Одной из причин такой динамики стало заметное смещение спроса в более доступные ценовые сегменты. Доля мониторов стоимостью до 9 тыс. рублей за год выросла сразу на 10,8 п.п. — с 19,7% до 30,5% всех продаж. В результате практически каждый третий монитор в первом полугодии приобретался менее чем за 9 тыс. рублей.

Одновременно сократилась доля более дорогих устройств. На модели стоимостью от 12 до 17 тыс. рублей пришлось 21,6% продаж против 26,8% годом ранее, а доля устройств дороже 17 тыс. рублей снизилась с 28,2% до 23,7%. В совокупности мониторы стоимостью до 12 тыс. рублей уже формируют 54,7% рынка в натуральном выражении против 45% годом ранее.

Изменение ценовой структуры происходит одновременно с улучшением характеристик приобретаемых устройств. Главным форм-фактором российского рынка окончательно становятся 27-дюймовые мониторы: их доля выросла с 45% в первом полугодии 2025 года до 49,5% в 2026 году. Таким образом,

М.ВИДЕО

уже практически каждый второй проданный в стране монитор имеет диагональ 27 дюймов. При этом доля моделей с диагональю 23,8 дюйма сократилась с 28,6% до 24,1%

Еще заметнее меняются предпочтения покупателей по разрешению экрана. Доля традиционных Full HD-мониторов (1080p) за год сократилась с 70,7% до 62,1%, тогда как доля моделей с разрешением QHD (1440p) выросла с 25,8% до 33,6%. Таким образом, уже каждый третий продаваемый монитор относится к QHD-сегменту. Доля моделей с разрешением 4K пока остается относительно небольшой, но также увеличилась — с 2,1% до 2,8%.

В результате российский рынок одновременно демонстрирует два разнонаправленных тренда: покупатели становятся более чувствительными к цене, но при этом не готовы отказываться от улучшения характеристик. Более крупная диагональ и высокое разрешение постепенно переходят из более дорогих сегментов в массовые, позволяя потребителям выбирать функциональные модели при меньшем бюджете.

В структуре продаж по брендам лидером рынка в натуральном выражении по итогам первого полугодия стала MSI. На втором месте расположилась Xiaomi, на третьем — Redmi. В денежном выражении лидирует MSI, на втором находится Xiaomi и замыкает тройку лидеров Samsung.

Ссылка на изображения:

<https://disk.yandex.ru/i/vMGEzOSlq57cmA>

«М.Видео» – мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 50 тысяч партнерских ПВЗ и постаматов. В периметр Компании входит сеть магазинов, маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке авторских программных решений, а также сервисное направление «М.Мастер», развивающее услуги по доставке, установке, настройке, ремонту и обслуживанию техники, а также выкуп и продаже устройств в трейд-ин.

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из около 900 магазинов от Калининграда до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также мультикатегорийный маркетплейс, который позволяет селлерам торговать сразу на нескольких витринах одновременно, включая крупнейшие платформы электронной торговли. Общая клиентская база компании составляет более 80 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru